

2013-2017年中国物业管理市场专项调研及投资方向研究

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2013-2017年中国物业管理市场专项调研及投资方向研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/133247.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

2012年我国物业管理行业法律法规不断完善，安徽省、福建省、山东省、江苏省、浙江省、广州市等10余个省、市先后颁布实施了物业管理条例或办法（部分为对原有物业管理条例或办法进行的修订）。这些法律法规的出台，进一步健全了物业管理法规，用以规范物业管理服务行为，维护业主权益，明确物业服务企业、业主与房地产开发企业的权利义务关系，加强了业主对物业服务企业的约束监督。

多年以来，人力成本不断上涨一直是物业服务企业经营管理面临的主要问题。尤其是近几年，《劳动法》以及社会保障体制日益完善，最低工资连续上调、物价普遍上涨，导致企业运营成本剧增，与此同时，政府部门从社会层面考虑的价格指导，使得整个物业服务行业无法全面建立起合理的物业服务价格体系，部分物业服务企业由于近几年成本增长过快，甚至处于长期亏损经营状态。从主要监测城市来看，2012年的最低标准工资与2011年相比都有不同程度的上升，2012年最低标准工资均值为1228元，与同比增长12.15%。其中，沈阳、大连及武汉上涨幅度相同，为22%；上海、广州等一线城市，上涨幅度也达13%。

近年来，物业服务企业为了缓解人力成本快速上升的压力，赢取市场，倾向于集约化规模发展，但是盲目的规模扩张也会让企业面临经营危险，如人员增加、服务多元化和跨区域经营风险等。陷入发展误区，不仅会影响企业发展，也会损害自身和业主的利益。主要是易进入重量轻质的扩张误区，产生简单重视量的积累，忽视物业服务品质；难以树立品牌形象；异地扩张市场环境复杂，难于应付等不良后果。

从长远看，我国“十二五”规划要求坚持把建设资源节约型、环境友好型社会作为加快转变经济发展方式的重要着力点。把推动服务业大发展作为产业结构优化升级的战略重点，营造有利于服务业发展的政策和体制环境，拓展新领域，发展新业态，培育新热点，推进服务业规模化、品牌化、网络化经营，不断提高服务业比重和水平。物业服务属于服务行业，十二五规划对服务业的要求，尤其是对生活性服务业的要求，就是对物业服务提出的要求。物业管理行业是现代服务业的重要组成部分，加快发展现代服务业，是国家大政方针给物业管理行业带来的机遇。我们要做的就是抓住机遇，提高我们自身的素质和服务水平，用我们的优质服务去促进这个市场的健康发展。面对难得的发展机遇，我们要实事求是，奋发进取，走出一条有中国特色的物业管理发展道路，创造性地开展工作。

艾凯咨询集团报告网发布的《2013-2017年中国物业管理市场专项调研及投资方向研究》共十三章。主要依据国家统计局、物业管理行业协会、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、中国建设部、国内外相关刊物的基础信息以及物业管理行业研究单位等公布和提供的大量资料，结合深入的市场调查资料，立足于世界物业管理行业整体发展大势，对中国物业管理行业的发展情况、物业管理行业发展现状、费用收取、招投标、主要地区物业管理的发展、竞争格局、重点企业、相关行业等进行了分析及预测，并对物业管理行业前景、发展的整体环境及发展趋势进行探讨和研判，最后在前面大量分析、预测的基础上，研究了物业管

理行业今后的发展、经营策略。

本物业管理行业分析报告，为物业管理等企业在激烈的市场竞争中洞察先机，根据市场需求及时调整经营策略，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供了准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录

第一章 物业管理行业相关概述

第一节 物业管理的介绍

- 一、物业管理的定义
- 二、物业管理服务的内容
- 三、物业管理七大特色
- 四、高水准物业管理的九条原则

第二节 国内外物业管理基本特征的比较

- 一、国外物业管理的基本特征分析
- 二、国内物业管理的基本特征分析

第三节 物业管理产权理论分析

- 一、产权理论简介
- 二、物业管理产生的产权理论分析
- 三、我国物业管理发展的产权理论分析

第二章 国际物业管理业发展分析

第一节 国外物业管理的发展综述

- 一、国外物业管理的特点
- 二、发达国家的物业管理模式
- 三、国外物业税特点
- 四、国外物业管理模式

第二节 美国物业管理的发展情况

- 一、美国物业管理的主要特点
- 二、美国的楼宇星级管理
- 三、美国物业管理收费制度及启示
- 四、美国物业管理企业的经费运作概况

第三节 新加坡物业管理的发展情况

- 一、新加坡物业管理概况
- 二、新加坡的共管式物业管理

第四节 澳大利亚物业管理的发展情况

- 一、澳大利亚物业管理的主要特点
- 二、澳大利亚物业管理特色

第三章 中国物业管理的发展概况

第一节 中国物业管理发展历程

- 一、中国物业管理的产生与发展
- 二、中国物业管理的三个阶段
- 三、三大问题困扰我国物业管理行业
- 四、影响物业管理服务行业健康发展的“八大”瓶颈

第二节 物业管理的经济环境分析

- 一、物业管理的经济分析
- 二、全球金融危机对我国物业管理行业的影响
- 三、房产税将全国逐步推开
- 四、物业管理多项法规起施行

第三节 物业管理发展现状分析

- 一、物业服务行业总体结构情况
- 二、2012年中国物业服务企业发展研究
- 三、2012年物业管理发展服务市场分析

- (一) 市场扩展
- (二) 分布区域
- (三) 服务种类
- (四) 服务项目类型
- (五) 服务质量
- (六) 行业标准

第四节 2012年物业服务企业经营状况研究

- 一、物业服务行业发展困境分析
- 二、百强企业控制成本、
- 三、物业服务百强企业增加收入

第五节 物业管理的法律特色分析

- 一、物业纠纷类型
- 二、物业纠纷的法律特征
- 三、物业纠纷的法律分析
- 四、物业纠纷的解决办法及国外经验
- 五、物业管理市场纠纷的信息经济学分析
- 六、物业管理的市场化是解决物业矛盾纠纷的根本办法

第六节 物业管理行业风险

- 一、物业管理风险的表现形式
- 二、物业管理风险的规避方式

第七节 物业管理消费分析

- 一、物业管理消费的特征和功能
- 二、物业管理消费满意度分析
- 三、物业管理的消费者分析
- 四、与物业服务者对服务认识的误差

第八节 中国物业管理的发展模式分析

- 一、酒店式物业管理模式分析
- 二、服务集成型物业管理模式分析
- 三、《物权法》实施后物业管理有新模式
- 四、对《物业管理条例》实施中几个问题的认识

第九节 《物权法》的实施对行业的影响

- 一、《物权法》对物业管理的影响分析
- 二、《物权法》对物业管理的法制作用
- 三、《物权法》的实施对物业管理发展格局的影响
- 四、物权法及2009年新司法解释背景下的物业管理问题

第十节 我国开征物业税的难点透析与政策建议

- 一、物业税开征的难点透析
- 二、开征物业税的政策建议

第十一节 《劳动合同法》对物业管理行业的影响与对策

- 一、《劳动合同法》对物业管理行业的影响
- 二、物业企业要积极推进管理模式创新
- 三、几点认识与建议

第四章 物业管理费用收取分析

第一节 物业管理费的介绍

- 一、物业管理费的构成
- 二、物业管理费的收费标准
- 三、物业管理费的主要用途
- 四、物业管理消费的特征和功能

第二节 2012年广州新版物管收费标准问题探讨

- 一、2012年广州新版物管收费标准
- 二、2012年广州新版物管定价标准
- 三、2012年广州新版物管流程标准

第三节 物业管理费用收取存在的问题及对策

- 一、收费难的现状及其原因
- 二、解决收费难的基本思路

三、物业服务收费矛盾纠纷的成因

四、物业服务收费矛盾解决的基本思路与对策

五、解决物业收费难完善法规是关键

第四节 完善物业服务收费定价机制的思考

一、物业服务产品属性决定其价格形成的市场化

二、现阶段物业服务收费制度值得商榷的问题

三、完善物业服务市场化机制面临的困难

四、推进物业服务收费市场化的法律保障

五、完善物业服务收费管理政策的几点思路

第五章 物业管理招投标的发展

第一节 物业管理招投标机制的综述

一、物业管理招投标的重要性及其意义

二、物业管理招投标的特点及其要点

第二节 中国物业管理招投标方法的分析

一、我国物业管理三种招标方法分析

二、住宅小区物业管理招投标方法分析

第三节 物业管理招投标存在的问题及对策

一、实施物业管理招投标所面临的主要问题

二、物业管理招投标中存在的问题及对策

三、实施物业管理招投标的措施

四、完善物业管理招投标的六点建议

五、物业管理招投标策略分析

第六章 主要地区发展分析

第一节 深圳物业管理的发展

一、深圳物业管理行业发展现状

二、深圳物业管理行业存在的问题

三、深圳物业管理行业问题解决思路

四、深圳物业管理模式

五、深圳物业管理发展的趋势

第二节 北京物业管理的发展

一、北京物业管理现状分析

二、北京市写字楼市场物业管理市场分析

三、北京市将规范物业服务管理收费相关问题

四、2012年北京185家物业未晒账单挨罚

五、2012年北京物业管理市场分析

第三节 上海物业管理的发展

- 一、上海物业管理市场分析
- 二、2012年上海物业管理企业公众满意度分析
- 三、2012年上海市物业服务行业存在的突出问题及若干建议

第四节 重庆物业管理的发展

- 一、重庆物业管理行业发展现状
- 二、2012年重庆物业50强权威发布
- 三、新版《物业管理条例》即将出台
- 四、重庆物业管理行业存在的问题
- 五、重庆物业管理行业问题解决思路

第五节 沈阳物业管理的发展

- 一、2012年沈阳出台物业招投标管理办法
- 二、2012年沈阳开评五星物业有效期两年
- 三、2012年《沈阳市物业服务履约保证金管理办法》起实施
- 四、2013年起沈阳物业公司要“晒账本”
- 五、《沈阳市人民政府办公厅关于加强住宅区物业管理的实施意见》

第六节 武汉物业管理的发展

- 一、《武汉市物业管理条例》（自2011年1月1日起施行）
- 二、2012年物业管理成武汉投诉“重灾区”
- 三、2012年武汉公布物业服务标准合同
- 四、2012年高端物业集体入市武汉上演豪门盛宴

第七节 广州物业管理的发展

- 一、2012年广州出台物业服务退出新《办法》
- 二、2012年广州拟出台物业管理办法

第八节 郑州物业管理的发展

- 一、郑州着力破解物业管理发展难题
- 二、2012年郑州市物业管理综合实力20强出炉
- 三、2012年郑州新物业管理办法有望出台

第九节 西部开发：物业管理也需要跨越式发展

- 一、西部物业管理现状
- 二、西部物管跨越式发展的必要性
- 三、西部物管跨越式发展的可行性

第十节 其他地区物业管理发展情况分析

- 一、江苏省物业管理发展分析
- 二、天津市物业管理发展分析

三、杭州物业服务行业发展分析

四、2011年《辽宁省物业管理条例》正式施行

五、2012年《山东省住宅物业服务收费管理办法》

六、2012年《四川省物业管理条例》亮点解读

第七章 物业管理行业竞争分析

第一节 物业管理的市场竞争分析

一、物业管理进入市场竞争的必然趋势

二、物业管理应对市场竞争分析

三、物业管理在竞争中走向成熟分析

四、2012中国物业服务百强企业

第二节 中国物业管理行业结构分析

一、潜在的进入者

二、替代品

三、购买者的讨价还价能力

四、供应者的讨价还价能力

五、行业内部现有竞争者的抗衡

第三节 物业管理中的品牌竞争探析

一、物业管理的品牌支撑点

二、物业品牌价值战略的定位

三、物业品牌的价值战略

四、物业管理的市场竞争与对策

第八章 行业重点企业分析

第一节 上海陆家嘴物业管理有限公司

一、公司概况

二、运营模式

三、品牌推广模式

第二节 龙湖物业

一、公司概况

二、运营模式

三、品牌推广模式

第三节 第一太平戴维斯

一、公司概况

二、运营模式

三、品牌推广模式

第四节 仲量联行

一、公司概况

二、运营模式

三、品牌推广模式

第五节 世邦魏理仕

一、公司概况

二、运营模式

三、品牌推广模式

第六节 戴德梁行

一、公司概况

二、运营模式

第七节 高力国际

一、公司概况

二、运营模式

三、品牌推广模式

第八节 深圳市万科物业服务有限公司

一、公司概况

二、运营模式

三、品牌推广模式

第九节 浙江绿城物业管理有限公司

一、公司概况

二、运营模式

三、品牌推广模式

第十节 中海物业管理有限公司

一、公司概况

三、品牌推广模式

第十一节 深圳市中航物业有限公司

一、公司概况

二、运营模式

三、品牌推广模式

第九章 2013-2017年物业管理行业发展趋势预测

第一节 网络时代的物业管理

一、网络对物业管理的影响

二、网络时代的客户需求及行为分析

三、网络时代的物业管理市场竞争策略

第二节 高校物业管理的发展趋势

一、高校住宅物业管理的现状

二、高校物业管理的发展趋势

第三节 2013-2017年中国物业管理的发展趋势

一、2013-2017年中国物业管理发展前景

二、2013-2017年中国物业管理发展趋势分析

三、未来中国物业管理发展的十大趋势

四、和谐物管是当代物业管理的发展方向

五、从开发商视角看物业管理企业的发展趋势

六、菜单式物业服务收费将成主导模式

七、资产管理：物业管理的发展趋势

第十三节 2013-2017年中国物业管理政策解读

第十章 房地产行业分析

第一节 2011-2012年我国房地产业主要运行指标

一、土地开发及购置面积

(一) 2011年土地购置与开发情况 393

(二) 2012年土地购置与开发情况 394

二、房地产投资完成额

(一) 2011年房地产开发投资分析 394

(二) 2012年房地产开发投资分析 395

三、资金来源分析

(一) 2011年房地产开发企业资金来源分析 396

(二) 2012年房地产开发企业资金来源分析 397

四、房屋施竣工面积

(一) 2011年房屋施竣工面积 399

(二) 2012年房屋施竣工面积 401

五、国房景气指数分析

(一) 2011年国房景气指数分析 402

(二) 2012年国房景气指数分析 403

第二节 2011-2012年我国房地产市场运行状况

一、土地市场

二、房地产开发投资

(一) 2011年房地产业市场供给结构分析 406

(二) 2012年房地产业市场供给结构分析 408

三、商品房销售面积与销售额

(一) 2011年全国商品房销售面积与销售额情况 409

(二) 2012年全国商品房销售面积与销售额情况 410

四、房地产价格

(一) 2011年全国房地产市场价格变动情况 413

(二) 2012年全国房地产市场价格变动情况 416

五、商品房库存量

第三节 2013-2017年中国房地产发展环境分析

第四节 2013-2017年中国房地产发展预测

一、2013-2017年房地产市场刚需分析

二、2013-2017年我国房地产市场预测

三、2013-2017年中国楼市政策预测

第五节 房地产与物业管理的发展分析

一、物业管理公司与房地产开发企业关系的回顾与分析

二、房地产经营与物业管理的关系

三、优秀的物业管理是房地产开发业的图腾

四、2012年房地产市场环境对物业服务市场的影响

第六节 物业管理前期介入对房地产开发项目的影响

一、物业管理前期介入的内容及其运作过程

二、物业管理前期介入的现状与存在问题

三、改进物业管理前期介入的几点建议

第十一章 2013-2017年行业发展策略探讨

第一节 中国物业管理发展的策略

一、物业管理的市场竞争与对策

二、物业管理当以构建和谐社会为己任

三、物业管理应成为和谐平衡器

四、增强物业管理企业市场竞争力的“三把利器”

第二节 我国物业管理企业品牌创新策略分析

一、物业管理品牌形象的构成要素

二、物业管理企业炼好内功的主要策略

三、物业管理企业外部传播策略

第三节 中国物业管理可持续发展战略分析

一、物业管理可持续发展的必要性

二、我国物业管理持续发展的对策

三、创新服务理念实现物业行业可持续发展

第四节 对调整转型期物业管理企业发展新战略的思考

第五节 物业管理跨区域发展的策略分析

一、初始规模不经济问题

二、拓展区规模效益问题

三、地域文化差异问题

四、本地化与特色化问题

五、人力资源本地化问题

第六节 酒店式服务管理策略研究

一、酒店服务管理研究

二、酒店式管理服务模式设计思路

三、酒店式服务管理可行性分析

四、酒店式服务管理策略研究

五、实行酒店式服务管理成功与不足之处

六、酒店式物业管理服务的案例

第十二章 2013-2017年企业经营策略探讨

第一节 我国经营性物业发展面临的困惑及对策

一、发展我国经营性物业的意义

二、发展经营性物业面临的困惑

三、促进我国经营性物业发展的对策

四、面对危机在高品质服务中寻找机遇

第二节 物业管理公司运营模式探讨

一、物业管理公司运营模式

二、现有商业模式的剖析

三、成功商业模式的共性

四、物业管理行业的个性

五、未来商业模式的构建

六、物业服务企业的选择

第三节 物业管理公司企业文化构建策略

一、建立物业管理企业文化的必要性

二、构建物业管理企业文化的几点建议

第四节 拓宽物管行业盈利空间策略

一、物业管理企业拓展盈利空间的理论思考

二、物业管理行业盈利能力的重新定位

三、物业管理企业盈利点的设计

四、浅析物业管理企业亏损现状及扭亏的建议

第五节 物业管理企业绩效管理分析

一、物业管理行业绩效管理的特点及要求

二、物业管理行业绩效管理现状分析

三、完善物业管理行业绩效管理的建议

第六节 物业管理企业成本的特点及管控分析

一、物业管理企业成本的特点

二、物业管理企业成本管理的现状

三、完善物业管理企业成本管控的对策

第七节 物业管理专项外委服务的选择与监管

一、物业管理专项外委服务招标方法分析

二、以委托服务的策划方案为评标重点的招标方法

三、以外委服务支出测算标准为重点的招标方法

四、建立科学的专项外委服务监管考核指标体系

五、加强专项外委服务合同履行执行与监督管理

六、外委各项服务的管理制度应完善到位

七、管理服务经费测算的指标体系

八、加强物管服务外委业务的日常管控

第十三章 2013-2017年企业营销策略探讨

第一节 物业管理营销特点与规律分析

一、内在、持续的过程性营销

二、营销过程中“人”的要素作用

三、等值等价的营销原则

四、差别化营销理论的正确运用

第二节 行业市场营销存在的问题及相应对策

一、物业管理市场营销的必要性

二、物业管理企业在市场营销中存在的问题

三、解决物业管理企业在市场营销中存在问题的对策

第三节 物业管理市场营销博弈分析

一、物业管理企业之间的博弈分析

二、物业管理企业与物业消费者的博弈

三、物业管理企业、

第四节 物业管理服务营销策略

第五节 物业管理工作中的危机公关管理

附录

附录一 物业管理条例

附录二 中华人民共和国物权法

附录三 建设部关于修改《物业管理企业资质管理办法》的决定

图表目录

图表：传统房屋管理与现代物业管理的区别

图表：注册物业经理的平均时间分配

图表：注册物业经理的各类收入比列

图表：注册物业经理在各项地产行业的比例

图表：物业服务从业人员岗位统计图

图表：2008-2011年百强企业服务规模变化趋势

图表：2008-2011年百强企业单个项目建筑面积变化趋势

图表：2008-2011年百强企业进入城市数量变化

图表：2011年进入主要城市的百强企业数量

图表：2008-2011年百强企业合同储备项目规模变化

图表：2008-2011年百强企业收入变化及构成

图表：2011年百强企业物业服务费收入分布

图表：2008-2011年百强企业净利润及变化趋势

图表：2008-2011年百强企业盈利能力变化趋势

图表：2011年开展物业顾问、销售现场服务、房屋租售以及装饰装修业务的百强企业数量

图表：2011年百强企业部分并购案例

图表：2008-2011年百强企业专业分包比例

图表：2011年百强企业业主满意度及关注度

图表：2008-2011年物业服务费收缴率均值及续约率

图表：物业服务对购房者决定、重复购房影响程度

图表：2008-2011年百强企业员工总数均值及变化趋势

图表：2008-2011年百强企业管理保障性住房项目建筑面积均值及增长率

图表：2011年全国主要城市最低工资涨幅、CPI以及物业服务费涨幅1对比情况

图表：2009-2011年百强企业专业人才与项目规模增速比较

图表：2012年1-7月物业服务百强企业签约项目建筑面积及项目数量

图表：2012年1-7月物业服务百强企业单个项目建筑面积均值及增长率

图表：2012年1-7月物业服务百强企业主要城市的签约项目建筑面积及项目数量

图表：2012年1-7月物业服务百强企业签约服务项目种类及数量

图表：2012年1-7月物业服务百强企业不同类型项目数占比

图表：2012上半年物业百强企业优质服务

图表：2012年1-7月各地实施物业管理条例情况

图表：2012主要监测城市最低工资标准

图表：2012年第一季度市场化程度较高的百强企业签约项目分布

图表：2012年第一季度市场化程度较高的百强企业签约项目数量及总建筑面积

图表：市场化程度较高的百强企业提高劳动生产率方式

图表：市场化程度较高的百强企业节能降耗方式

图表：2012年第一季度市场化程度较高的百强企业进入城市个数

图表：物业服务企业在跨区域扩发展时易遇问题及建议解决措施

图表：2012年第一季度市场化程度较高的百强企业跨区域扩发展时采取措施

图表：2012年第一季度市场化程度较高的百强企业内部控制体系建设情况

图表：精细化管理方式

图表：2008-2010年百强企业营业收入及变化

图表：2010年市场化程度较高的百强企业多种经营收入及变化

图表：市场信息传递机制不健全所导致物业管理纠纷的作用机理

图表：物业管理市场信息传递机制

图表：2011年中国物业服务企业业主满意度调查问卷——性别

图表：2011年中国物业服务企业业主满意度调查问卷——年龄

图表：2011年中国物业服务企业业主满意度调查问卷——物业企业知名度

图表：2011年中国物业服务企业业主满意度调查问卷——总体评价

图表：2011年中国物业服务企业业主满意度调查问卷——目前所居住的小区提供物业服务的企业

图表：2011年中国物业服务企业业主满意度调查问卷——在该小区居住的时间

图表：2011年中国物业服务企业业主满意度调查问卷——现在居住或使用的物业类型

图表：2011年中国物业服务企业业主满意度调查问卷——居住小区的总建筑面积

图表：2011年中国物业服务企业业主满意度调查问卷——服务项目关注程度

图表：2011年中国物业服务企业业主满意度调查问卷——总体满意程度

图表：2011年中国物业服务企业业主满意度调查问卷——是否符合物业服务合同上约定的标准

图表：2011年中国物业服务企业业主满意度调查问卷——对目前所居住小区安保的满意程度

图表：2011年中国物业服务企业业主满意度调查问卷——对目前所居住小区的车辆管理服务的满意程度

图表：2011年中国物业服务企业业主满意度调查问卷——对目前所居住小区的环境卫生的满意程度

图表：2011年中国物业服务企业业主满意度调查问卷——对目前所居住小区的绿化服务的满意程度

图表：2011年中国物业服务企业业主满意度调查问卷——对目前所居住小区的设备管理及维修的满意程度

图表：2011年中国物业服务企业业主满意度调查问卷——对目前所居住小区电梯的运行、

维护的满意程度

图表：2011年中国物业服务企业业主满意度调查问卷——对目前所居住小区的消防管理的满意程度

图表：2011年中国物业服务企业业主满意度调查问卷——对物业服务公司解决业主投诉的满意程度

图表：2011年中国物业服务企业业主满意度调查问卷——对物业服务公司解决业主报修的满意程度

图表：2011年中国物业服务企业业主满意度调查问卷——对物业服务公司在社区规划建设中所发挥作用的满意程度

图表：2011年中国物业服务企业业主满意度调查问卷——对目前所居住小区的社区文化活动的满意程度

图表：2011年中国物业服务企业业主满意度调查问卷——对目前所居住小区的物业服务人员素质的满意程度

图表：2011年中国物业服务企业业主满意度调查问卷——目前所居住的小区是否有有偿服务且满意程度

图表：2011年中国物业服务企业业主满意度调查问卷——目前所居住的小区是否实施节能减排且满意程度

图表：2011年中国物业服务企业业主满意度调查问卷——高品质的物业服务是否会影响您对楼盘购买的选择

图表：2011年中国物业服务企业业主满意度调查问卷——是否会再次购买认可的物业服务企业所管理的其他楼盘

图表：物业管理行业“服务代理集成商”模式

图表：2012年1-7月北京物业招标情况

图表：北京市物业百强企业2011、2012年排名对比

图表：2012年北京物业在管项目物业类型

图表：2012年北京物业招标情况北京百强企业在管项目建筑面积

图表：2012年北京物业服务百强企业特点

图表：2012中国物业服务百强企业(部分优秀企业名单)

图表：2012中国优秀物业服务企业服务规模TOP10

图表：2012中国优秀物业服务企业服务质量TOP10

图表：2012中国物业服务百强满意度领先企业

图表：2012中国物业服务百强企业成长性TOP10

图表：2012中国特色物业服务领先企业

图表：“全程物业服务体系”概念图

图表：绿城多样化服务一览表

图表：2010年11月-2011年12月累计全国房地产土地购置与待开发面积及同比增长率变动趋势

图表：2011-2012年9月房地产开发企业土地购置面积增速

图表：2010年11月-2011年12月累计全国房地产开发投资及同比增长率变动趋势

图表：2011-2012年9月固定资产投资、房地产开发投资累计同比增速

图表：2010年11月-2011年12月累计全国房地产开发企业资金来源构成情况

图表：2009年2月-2011年12月累计全国房地产开发企业资金来源构成增长率变动趋势

图表：2011-2012年9月房地产开发投资资金来源累计同比增速

图表：2010-2012年9月房地产信托新增额及余额

图表：2011-2012年9月房地产开发投资主要资金来源累计同比增速

图表：2010年11月-2011年12月累计全国商品房、商品住宅施工面积及同比增长率变动趋势

图表：2010年11月-2011年12月累计全国商品房、商品住宅竣工面积及同比增长率变动趋势

图表：2011-2012年9月商品房新开工、施工、竣工面积累计同比增速

图表：2009年2月-2011年12月房地产开发综合景气指数及主要分类指数走势

图表：2010-2012年9月房地产开发综合景气指数

图表：2011-2012年9月房地产土地购置面积及同比增速

图表：2010-2012年9月全国主要监测城市土地价格环比增速

图表：2010年11月-2011年12月累计不同用途房地产开发投资完成额构成情况

图表：2009年6月-2011年12月累计不同用途房地产开发投资增长率变动趋势

图表：2010年11月-2011年12月累计不同地区房地产投资额完成情况

图表：2008年5月-2011年12月累计东、中、西部地区房地产投资增长率变动趋势

图表：2011-2012年9月住宅、办公楼、商业营业用房投资累计同比增速

图表：2010年11月-2011年12月累计全国商品房、商品住宅销售面积及同比增长率变动趋势

图表：2010年11月-2011年12月累计全国商品房、商品住宅销售额及同比增长率变动趋势

图表：2010-2012年9月商品房销售面积和销售额累计增速

图表：2012年前三季度主要城市住宅市场交易面积及同比增速

图表：2012年前三季度中国房地产企业销售面积和销售金额排名TOP20

图表：2011年12月份70个大中城市住宅销售价格指数

图表：2011年12月份70个大中城市住宅销售价格指数（续）

图表：2011-2012年9月70个大中城市新建商品住宅价格变动情况

图表：2012年1-9月全国商品房及商品住宅待售面积

图表：2012年1-9月10个典型城市新建商品住宅库存量及同环比增速

图表：刚性需求的微观分析框架

图表：2007-2013年实际“刚需”的构成变化（百万套）

图表：1999-2019年每年新增住宅供给和潜在刚性需求

图表：1999-2019年累积住宅供给和累积潜在刚性需求

图表：房地产调控政策回顾

通过《2013-2017年中国物业管理市场专项调研及投资方向研究》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业的发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/133247.html>